MERKATARITZA ZUZENDARITZA: POLITIKAK

2021ko uztaila

ABIZENAK: _____

IZENA: _____ **NAN:** _____

- Martxoko testa egin al zenuen? BAI / EZ

- Taldeko lana egin al duzu? BAI / EZ

JARRAIBIDEAK

- Galdera bakoitza erantzuteko tarte mugatua duzu.
- Azterketa bukatutakoan galdetegia gelako zaintzaileari entregatu behar diozu, baita ezer idatzi ez baduzu ere.
- Martxoan egindako probaren puntuazioa gordetzea nahi baduzu, azterketa honen lehen zatia bakarrik erantzun behar duzu. Martxoko proba egin ez bazenuen edo lortutako kalifikazioa hobetu nahi baduzu, bigarren zatia ere erantzun behar duzu.
- Lehen zatia erantzuteko bi ordu dituzu. Bi zatiak erantzuten badituzu, bi ordu eta erdi dituzu.
- UPV/EHUko Ebaluazio Probetan eta lan Akademikoetan Jokabide Makur eta Iruzurrezkoak Eragozteari eta Etika Akademikoari buruzko Protokoloari erreparatuz, proban bertan iruzur, kopia edo plagioa antzematen bada, ikasgelan dagoen irakasleak azterketa eta kasuan kasuko materialak entregatzeko eskatuko dio ikasleari, eta gertaeraren berri jasoko du idatziz. Irakasgaiaren ardura duen irakasleak ikasleari jakinaraziko dio suspentso kalifikazioa (0.0) daukala ariketan.

AZTERKETAREN LEHEN ZATIA

ADOLFODOMINGUEZ

"Adolfo Domínguez" enpresa 1976an sortu zen eta emakumezkoentzako zein gizonezkoentzako moda ekologikoa, hiritarra eta kosmopolita merkaturatzen du. Hasieran, Adolfo Domínguezek arropa bakarrik merkaturatzen zuen, gaur egun, aldiz, bere produktuen artean lurrinak, betaurrekoak, erlojuak eta poltsak ditugu. Nahiz eta arropa negozioaren zatirik handiena izan (produktu ezaguna da eta merkatuan ongi finkatua dago), poltsak dira bezeroak erakartzeko aparteko gaitasuna dutenak. Produktu honen merkatua urtez urte hazten ari da eta bezeroek oso ondo onartu dute. Betaurrekoak eta erlojuak, aldiz, oso produktu berriak dira Adolfo Domínguezentzat. Enpresa honen lehiakideek produktu-mota hauek ere eskaintzen dituzte eta horregatik erabaki zuten barneratzea bere produktu-zorroan.

1. Kontsumoko produktuen sailkapena kontuan hartuz, zein motako produktuak merkaturatzen ditu Adolfo Domínguezek? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

2. Aplikatu produktu areagotuaren kontzeptua kasuari eta esan zer egin dezakeen enpresa honek produktu maila hau sortzeko (0,5 puntu).

3. Aipatzen diren produktu guztiak marka berdinarekin saltzen direla kontuan hartuz, marka garatzeko zein estrategia erabiltzen du enpresak? Zeintzuk dira estrategia horren abantailak? Erantzunak arrazoitu (0,5 puntu).

4. Aplikatu desiratutako posizionamenduaren kontzeptua Adolfo Dominguezi. Zein baldintza bete beharko litzateke marketin ikuspegi batetik "Adolfo Dominguez" marka bat izatera iritsi dela esateko? (0,5 puntu)

5. Identifika ezazu arropek, poltsek, betaurrekoek eta erlojuek betetzen duten papera enpresaren produktu-zorroan. Zorroa orekatua dela esango al zenuke? Erantzunak argudiatu (0,5 puntu).

6. Produktuaren bizi-zikloa kontuan hartuz, zein fasetan aurkitzen dira aipatutako produktuak? Komunikazioari dagokionez, zein gomendio egingo zenuke poltsen kasuan, haiek dauden bizi-zikloko fasea kontuan hartuz? (0,5 puntu)

Adolfo Dominguezen produktuak denda propioetan, denda frankiziatuetan eta bere web gunean saltzen dira Espainian eta munduko herrialde garrantzitsuenetan.

7. Zein motako banaketa-sistema erabiltzen du Adolfo Domínguezek, kanalaren antolaketaren ikuspuntutik? Erantzuna argudia ezazu (0,75 puntu).

8. Merkatua estaltzeko zein estrategia ari da erabiltzen enpresa kasu honetan? Erantzuna arrazoitu eta azaldu zein den bere abantaila nagusia (0,75 puntu).

Adolfo Domínguezek garatzen dituen komunikazio ekintzen artean hurrengoak daude:

a) Kolekzio aldaketei buruzko informazioarekin prentsa-oharrak bidaltzea
b) Telebistan iragarkiak jartzea
c) Hiriko erdigunetan panelak kontratatzea
d) Facebookeko orrira modari loturiko eduki interesgarriak igotzea
e) Salmenta tokietan arropa eta osagarriak modu koordinatu batean kokatu, erakustokiak apaindu eta dendetan giro on bat sortzea
f) Moda-desfileetan parte hartzea
g) 200 euroko baino gehiagoko erosketak egiten dituzten bezeroei, modarekin erlazionatutako ekitaldietara joateko sarrerak oparitzea

Emandako informazioaren arabera:

9. Identifika ezazu puntu bakoitzean deskribatzen den komunikazio-tresna zein den (0,75 puntu).

a)

b)

c)

d)

e)

f)

g)

10. c) puntuan agertzen den ekintza garatu ondoren, salmentak handitzea lortzen ez bada, ekintza horrek porrot egin duela esango al zenuke? Erantzuna argudia ezazu (0,25 puntu).

11. b) ekintzan mezua sortzeko orduan, zeintzuk dira kontuan hartu behar diren aspektuak? (0,5 puntu)

"Cola-Cao Noir", Cola-Cao markaren azken barietatearen prezioa ezartzerako orduan, enpresak hautemandako balioaren metodoa erabili du. Ondorengo taulan hari buruzko informazioa ageri da.

	Cola-Cao Noir	A Marka	B Marka	C Marka	Batez-bestekoa
Ebaluaketa Indizea	1,3	0,85	1,1	0,75	1
Prezio erreala	3,5	2,7	3	2,2	2,85

Emandako datuen arabera eta metodo hau kontuan hartuz:

12. Kalkula ezazu Cola-Cao Noir markaren doitutako prezioa eta konpara ezazu bere prezio errealarekin. Egokia iruditzen al zaizu 3,5 euroko prezio hori? Zergatik? (0,75 puntu)